

DOI 10.26886/2414-634X.1(53)2022.1

UDC: 338.656

**FORMATION OF A MODEL FOR DETERMINING THE  
COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE MARKET OF  
TRANSPORTATION**

**Volodymyr Dzyura, Dr. Sci. (Engin.), Professor**

<http://orcid.org/0000-0002-1801-2419>

**Olena Sorokivska, Doctor of Science (Ec.), Professor**

<https://orcid.org/0000-0001-8549-2910>

**Olha Myshkovych, PhD**

<http://orcid.org/0000-0003-3136-0044>

*e-mail:mushkovuch\_olya@ukr.net*

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine, Ternopil

*The aspects of the formation and development of a methodological basis for assessing the competitiveness of a transport enterprise is considered in the article. A model for analyzing the competitiveness of enterprises in the transportation services market is developed. Based on this model, the level of competitiveness of a transport enterprise can be analyzed, and the strengths and weaknesses of its development can be identified. The rolling stock, the production and technical base, the price and quality of services, the possibility of new competitors' penetration are considered the main indicators that shape the competitiveness of a transport enterprise. The selected factors of ensuring the competitiveness of an enterprise should be analyzed with the help of indicators that determine them.*

*Keywords: transportation, transport enterprise, competitiveness, logistics, transport.*

*Доктор технічних наук, Дзюра В.О.; професор, Сороківська О.А.; кандидат економічних наук, Мишкович О.В., Формування моделі визначення конкурентоспроможності підприємств на ринку транспортних перевезень, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна, Тернопіль*

*Розглянуто аспекти формування та розвитку методологічної бази для оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства. Виділено три ключових фактори, які впливають на конкурентоспроможне функціонування підприємств що займаються транспортними перевезеннями: рухомий склад та виробничо-технічна база підприємства, ціна і якість послуг, відсутність можливості проникнення нових конкурентів. Побудовано модель аналізу конкурентоспроможності підприємства на ринку транспортних послуг. За результатами аналізу за моделлю конкурентоспроможність підприємства запропоновано класифікувати як: високу, середню або низьку. Для оцінювання результатів розрахунку пропонується використовувати вербально-числову шкалу на основі шкали Харінгтона. Проведений аналіз конкурентоспроможності підприємств дозволяє окреслити перспективи у застосування запропонованої моделі.*

**Ключові слова:** *транспортні послуги, транспортне підприємство, конкурентоспроможність, логістика, транспорт.*

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах Україна, яка обрала європейський вектор розвитку перебуває на стадії інтеграційних процесів. Європейське суспільство демонструє всьому світові переваги у становленні соціально-політичної та економічної сфери, забезпечення прав людини, створення для неї гідних умов життя.

Підприємства які займаються транспортними перевезеннями на сьогоднішній день активно розвиваються. Саме конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, що використовується для аналізу ефективності економічної діяльності транспортних підприємств, в тому числі на міжнародних ринках. Оскільки в процесі діяльності підприємства його економічний стан є змінним за рахунок нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовища, то саме аналіз факторів які впливають на цю зміну дозволить ефективно розробляти та коригувати економіко-організаційний механізм управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням сучасних аспектів конкурентоспроможного розвитку підприємств проводиться багатьма як вітчизняними так і зарубіжними вченими серед яких: Іщенко Н.М., Брайковська А.М., Чернова Н.С., Сурмило Д.С., Ільченко В.Ю., Управління Європейського Союзу. Проте з огляду на розрізненість і масштабність наукових досліджень має місце відсутність єдиного наукового погляду стосовно визначення конкурентоспроможності підприємств. Разом з тим важливі аспекти формування та розвитку методологічної і практичної бази для оцінки конкурентоспроможності транспортних підприємств не отримали належного висвітлення.

**Мета статті.** Метою дослідження є побудова моделі, яка дозволить найбільш повно та всесторонньо проаналізувати стан підприємства та його конкурентоспроможність на ринку транспортних послуг із врахуванням різнобічних факторів впливу на його розвиток та ефективність функціонування.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Транспорт в країні забезпечує економічні, соціальні, культурні та оборонні функції держави, є важливою складовою в економічній інтеграції, а також у

міжнародній торгівлі. Він є одним з основних факторів впливу на розміщення продуктивних сил. Будучи елементом як національної, так і міжнародної інфраструктури, забезпечує процес виробництва та можливість ефективного використання виробничих ресурсів. Одночасно транспорт виступає й фактором економічного зростання, індикатором темпів розвитку національної економіки та світового господарства в цілому. Виконання системоутворюючої функції транспортного ринку, з одного боку, забезпечує внутрішню підтримку конкурентного потенціалу виробників, а з другого, дозволяє здійснювати виробничу кооперацію і товарний обмін у міжгалузевому та міжрегіональному розрізі, забезпечувати участь країни в міжнародному поділі праці та кооперації. Як наслідок функціонування підприємств, які займаються транспортними перевезеннями, відбувається в умовах постійної конкуренції, що вимагає підвищеної уваги до власної конкурентоспроможності та управління нею [1].

Важливими умовами побудови взаємовідносин між суб'єктами конкурентного транспортного середовища є досягнення принципу компромісу, балансу їх економічних інтересів, встановлення по можливості партнерських відносин [2,3].

Будуючи концептуальну модель визначення конкурентоспроможності транспортного підприємства вважаємо за доцільне враховувати три ключових фактори, які створюють умови для утворення і функціонування підприємства на ринку транспортних послуг в Україні, який є об'єктом дослідження:

- Рухомий склад та виробничо-технічна база підприємства.
- Ціна і якість послуги.
- Можливість проникнення нових конкурентів.

Для того аби детальніше розглянути виділені фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства, пропонуємо проаналізувати їх за допомогою показників, які їх обумовлюють.

Якість роботи його рухомого складу повинно бути направлене на максимізацію задоволення потреб споживача транспортної послуги, і отримання прибутку. При аналізі ефективної діяльності рухомого складу пропонуємо брати до уваги наступні показники: вантажопідйомність, вантажомісткість, коефіцієнт технічної готовності транспортного парку підприємства, а також якість перевезень (ступінь задоволення попиту, ступінь ритмічності, або регулярності перевезень) [4]. Аналізуючи конкурентоспроможність підприємства за даним фактором, вважаємо також за необхідне враховувати показники, які показують ефективність роботи рухомого складу і тим самим підприємства в цілому до них відносимо: швидкість доставки вантажу, збереження вантажу, величина втрат вантажу в дорозі.

Другим, але не менш важливим фактором визначення місця на ринку транспортних послуг підприємства вважаємо аналіз правильності ціноутворення, враховуючи якість наданих послуг. Цінова політика транспортного підприємства залежить від його економічного потенціалу, зайнятого місця на ринку, стратегічних і тактичних цілей і низки інших чинників, тому залежно від ситуації, що склалася, вона повинна вирішувати такі головні задачі: забезпечення життєздатності; оптимізацію поточного прибутку; завоювання лідерства на ринку. Вибір правильної стратегії ціноутворення дозволяє транспортному підприємству досягати комерційних результатів від своєї діяльності та є важливою складовою функціонування всього ринкового механізму в цілому. А тому серед показників ,які на нашу думку дозволять проаналізувати правильність ведення політики

ціноутворення, виділяємо: цінова політика, прибуток, рентабельність, оцінка рівня ризику банкрутства.

Ринок транспортних послуг сам по собі є олігопольним, а отже представленими декількома його видами і великим числом споживачів. Тому, з метою недопущення виходу на ринок конкурентів, актуальними при дослідженні є чинники, які визначають конкурентоспроможність самого підприємства. А саме, час опрацювання та виконання замовлення, надійність, маневреність. І можливість вияву недоліків, з метою їх усунення та виключення появи конкурента. Серед потенційних конкурентів пропонуємо розглядати: підприємства галузі, які будуються; підприємства, які не входять в галузь, але які можуть пройти "вхідний бар'єр" без суттєвих труднощів; фірми інноваційного характеру, які проявляють себе як не ординарні, - важко передбачуваними діями; підприємства, для яких конкуренція в галузі, що аналізується є логічним продовженням існуючого бізнесу; споживачі або постачальники продукції галузі, які прагнуть зробити більш повними свої технологічні ланки "постачання - виробництво - реалізація - обслуговування"; нові фірми, які утворилися в результаті придбання фірм-аутсайдерів даної галузі великими фірмами з інших галузей; нові спільні підприємства галузі, яка досліджується і ін.

Для оцінювання конкурентоспроможності транспортних підприємств використовуємо бальну шкалу, де 1 бал – конкурентоспроможність підприємства висока. За кожним фактором обчислюється середнє значення, що дає можливість виділити слабкі сторони підприємства. Для даної оцінки використовується метод маркетингового аналізу, вже досить давно відомий в практиці ранжування об'єктів. Найчастіше розрахунок здійснюється на підставі такого підходу: за кожним із аналізованих показників діяльності підприємства привласнюється номер від 1 (найкращий результат) до n,

при цьому їх кількість залежить від кількості показників, що аналізуються [3]. Отримані за кожним із показників результати підсумовуються та діляться на кількість показників за якими здійснювався аналіз. При цьому за деякими видами відносних показників може бути встановлений результат окремо по кожному із досліджуваних напрямів діяльності підприємства.

$$K_{\varphi} = \left( \frac{\sum_{i=1}^n A_i}{n} \right) + \left( \frac{\sum_{j=1}^m B_j}{m} \right) + \left( \frac{\sum_{x=1}^x C_y}{x} \right) - 1 \quad \text{де,} \quad (1)$$

$K_{\varphi}$  – коефіцієнт який показує рівень конкурентоспроможності транспортного підприємства;

$n, m, x$  – кількість показників що аналізується за кожним із досліджуваних факторів;

$A_i, B_j, C_y$  – значення показників що аналізуються за кожним із досліджуваних факторів.

З метою оцінювання результатів розрахунку формуємо вербально-числову шкалу на основі шкали Харінгтона, яка набула широкого застосування. Оскільки чисельні значення градації шкали Харінгтона отримані на основі аналізу та обробки великого масиву статистичних даних, визначаємо, що дана шкала має ступінь вираженості критеріальної властивості та універсальний характер. (див. табл. 1).

Таблиця 1.

**Шкала оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку транспортних послуг**

<b>Рівень конкурентоспроможності</b>	<b>Величина оцінювання</b>
Висока	1-0,8
Середня	0,8-0,5
Низька	від 0,5

З метою перевірки адекватності запропонованої моделі визначення конкурентоспроможності підприємств, що займаються транспортними перевезеннями, розглянемо три підприємства які займають певну нішу на досліджуваному ринку.

Підприємство 1 [5]. На ринку транспортних послуг працює 18 років. У розпорядженні транспортної компанії автопарк, що складається з понад 200 одиниць великогабаритних вантажівок Volvo та MAN класу екологічності “Є-3 – Є-5”, напівпричепи марки: KÖGEL, Schmitz Cargobull та Schwarzmuller, об'ємом 86-120 м<sup>3</sup>. Малотонажні транспортні засоби марки: Mercedes-Benz, MAN та TATA. Всі вантажі підлягають CMR-страхуванню відповідальності автоперевізників та експедиторів. Завдяки GPS- навігації, встановленій у кожному автомобілі, клієнти компанії мають змогу відслідкувати місцезнаходження свого вантажу у будь-який момент. Для зручності клієнтів, усі приміщення становлять єдиний комплекс, до складу якого входить офісний центр, станція технічного обслуговування, стоянка. Для надання послуг компанія використовує сучасний комплекс, до складу якого входить: офісний центр, СТО та складські приміщення загальною площею понад 30 000 м<sup>2</sup>.(1) Ціни на 5% вищі ринкових. За результатами дослідження рівень конкурентоспроможності **ВИСОКИЙ** коефіцієнт дорівнює **0,87**. Підприємство займає високу нішу на ринку транспортних послуг, має широку клієнтську базу, але спостерігається поступове зниження прибутковості та рентабельності підприємства в порівнянні з попередніми періодами. Також дослідження показало порівняно низький (для даного підприємства) показник швидкості доставки вантажу, маневреності та цінової політики. Вважаємо, що ці показники можуть бути взаємопов'язаними, адже досліджуване підприємство маючи певний ресурсний потенціал може дозволити собі



внести корективи в свою діяльність з метою покращення результатів за виділеними показниками.

Підприємство 2 [6]. На ринку 10 років. Більше як 150 транспортних засобів для обслуговування клієнтів різного рівня. Автопарк нараховує 113 спеціалізованих автоцистерн ємністю від 26 куб.м до 52 куб.м з калібрувальними відсіками (від 1-го до 6-ти відсіків), що дозволяє перевозити продукти різної щільності. Також, танк-контейнерами, напівпричепами, напівпричепами-самоскидами та інше. Завдяки GPS - навігації, встановленій у кожному автомобілі, клієнти компанії мають змогу відслідкувати місцезнаходження свого вантажу у будь-який момент. Ціни ринкові, на деякий спектр послуг дещо завищені. Рівень конкурентоспроможності **середній** дорівнює **0,72**. За результатами аналізу бачимо, що досліджуване підприємство маючи порівняно велику кількість рухомого складу також демонструє порівняно не високі результати за такими показниками: як швидкість доставки вантажу та маневреність, також не ефективною є цінова політика підприємства, яка негативно впливає на показники прибутку та рентабельності.

Підприємство 3 [7]. На ринку 5 років. Автопарк підприємства нараховує 46 автотранспортних засобів. На території підприємства діє СТО. Завдяки GPS - навігації, встановленій у кожному автомобілі, клієнти компанії мають змогу відслідкувати місцезнаходження свого вантажу у будь-який момент. Ціни ринкові. Для постійних клієнтів діє бонусна система знижок. Рівень конкурентоспроможності **середній** наближений до низького дорівнює **0,56**. З метою перевірки правильності запропонованої моделі дане підприємство було вибрано як протиставлення двом попереднім, та аби оцінити достовірність отриманих даних. Досліджуване підприємство знаходиться на стадії розвитку. Воно займає дещо нижчу нішу на ринку транспортних послуг,

його рухомий склад має меншу вантажопідйомність, а тому має інше коло споживачів. Воно є менш прибутковим аніж два інших досліджуваних підприємства, але правильна цінова політика дозволить в майбутньому показати кращий результат.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом.**

На основі проведеного дослідження запропонована модель визначення рівня конкурентоспроможності підприємств які займаються транспортними перевезеннями. Суть якої полягає у виявленні (на основі аналітичних даних) небезпек, їх класифікація з використанням ситуаційно-інформаційної бази та з врахуванням трьох ключових напрямів розвитку: рухомий склад та виробничо-технічна база підприємства, цінова політика, можливість появи нових конкурентів. На основі сформованих напрямів впливу на діяльність транспортних підприємств запропоновано здійснювати аналіз за допомогою ключових показників, які обумовлюють ефективність його діяльності за даними напрямками. Рівень впливу кожного із зазначених показників обґрунтовано визначити із застосуванням методу експертної оцінки. На основі розрахованого показників ефективності діяльності підприємства на ринку транспортних послуг та використання шкали оцінювання, робимо висновок про високу, середню, або низьку конкурентоспроможність підприємства.

В дослідженні нами було розглянуто три підприємства і результати їх діяльності проаналізовано за запропонованою моделлю конкурентоспроможності. Як наслідок бачимо, що дана модель є ефективною, вона дозволяє виділити слабкі сторони розвитку підприємства. А також, зберігає розподіл ринку за класами професійного розвитку. Серед перспектив подальшого дослідження вважаємо розширення показників, які дозволяють проаналізувати

рівень конкурентоспроможності транспортних підприємств, а саме здійснення детальнішого розгляду зовнішніх факторів впливу.

**Література:**

1. Іщенко Н. М. (2013) *Маркетинг транспортних послуг*. Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 272 с.
2. Брайковська А. М. (2012) *Дослідження особливостей формування ринку транспортних послуг як середовища функціонування підприємств транспорту*. *Економіст*. Вип. № 9. 50–54 с.
3. Чернова Н. С. (2013) *Аналіз факторів конкурентоспроможності залізничного транспорту*. Н. С. Чернова, Д. С. Сурмило. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. Вип. 37. 130–134 с.
4. *Транспорт і зв'язок України 2018: стат. зб.* Державний комітет статистики України. К.: Держкомстат України, 2019. 152 с. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/08/zb\\_tr2018pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf) (дата звернення: 11.10.2019).
5. Ільченко В. Ю. (2012) *До аналізу методологічних підходів щодо визначення та оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємств*. *Вісник Національного транспортного університету*. Вип. № 26(1). 357-362 с.
6. *Statistical pocketbook “EU: Transport in Figures 2011”*. веб-сайт. URL: <https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/facts-fundings/statistics/doc/2011/pocketbook2011.pdf>
7. *Офіційний сайт транспортної компанії “Овертранс” веб-сайт*. URL: <http://overtrans.com.ua/uk/>
8. *Офіційний сайт транспортної компанії «Транс-Сервіс-1» веб-сайт*. URL: *Режим доступу:* <http://www.trans-service-1.com.ua/post/company>
9. *Офіційний сайт транспортної компанії «RTC» веб-сайт*. URL: <http://www.rtc.te.ua/>

**References:**

1. *Ishchenko, N. M. (2013) Marketynh transportnykh posluh [Marketing of transport services]. Mukolaiv: CHDU im. Petra Mohyly [in Ukrainian].*
2. *Braikovska, A. M. (2012) Doslidzhenia osoblyvostei formuvania rynku transportnykh posluh yak seredovyschcha funktsionuvania pidpriemstv transportu [Investigation of the peculiarities of the formation of the market of transport services as an environment of functioning of transport enterprises]. Ekonomist. [in Ukrainian].*
3. *Chernova, N.S. & Surmylo, D.S. (2013) Analiz faktoriv konkurentospromozhnosti zaliznychnogo transporty [Analysis of factors of competitiveness of rail transport]. Problemy pidvyschchenia efektyvnosti infrastruktury. 37, P.130-134.*
4. *Statystychni dani po haluzi avtomobil'noho transportu. Ministerstvo infrastruktury Ukrayiny. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statystichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html> (accessed 11.10.2019). [In Ukrainian].*
5. *Ilchenko, V. Yu. (2012) Do analizu metodolohichnykh pidkhodiv shchodo vyznachenia ta otsinky konkurentospromozhnosti transportnoho pidpriemstva [Analysis of methodological approaches to identify and evaluate the competitiveness of transport]. Visnyk NTU - Visnyk NTU, 26(1), 357-362 [in Ukrainian].*
6. *EU: Transport in Figures 2011. EU: Transport in Figures 2011 (n.d.). <https://ec.europa.eu>. Retrieved from <https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/facts-fundings/statistics/doc/2011/pocketbook2011.pdf/> [Luxembourg: Publications Office of the European Union]*
7. *Sait transportnoi kompanii "Overtrans" [Site of transport company "Overtrans"] <http://overtrans.com.ua/uk>. Retrieved from <http://overtrans.com.ua/uk/> [in Ukrainian].*

8. Sait transportnoi kompanii “Trans-Service-1 ” [Site of transport company “Trans-Service-1 ”] <http://www.trans-service-1.com.ua/post/company> Retrieved from <http://www.trans-service-1.com.ua/post/company/> [in Ukrainian].

9. Sait transportnoi kompanii “RTC ” [Site of transport company RTC ”] <http://www.rtc.te.ua/> Retrieved from <http://www.rtc.te.ua/> [in Ukrainian].

Citation: Volodymyr Dzyura, Olena Sorokivska, Olha Myshkovich (2022). PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR THE FORMATION OF ORGANIZATIONAL COMPETENCE IN FUTURE SPECIALISTS IN PHYSICAL CULTURE AND SPORT. New York. TK Meganom LLC. Innovative Solutions in Modern Science. 1(53). doi: 10.26886/2414-634X.1(53)2022.1

---

Copyright: Volodymyr Dzyura, Olena Sorokivska, Olha Myshkovich ©. 2022. This is an openaccess article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.